

CIUDADANÍA Y COMPETENCIA AUDIOVISUAL EN LA RIOJA Panorama actual en la tercera edad

Josefina Santibáñez Velilla

Profesora Titular de Universidad

Universidad de La Rioja. Crta. De Soria, km 6 (Parte Poyo, nº5) 26140, Lardero, La Rioja (España) - Email: josefina.stbn@gmail.com

Paula Renés Arellano

Profesora Ayudante LOU

Universidad de Cantabria. Avda. de Los Castros s/n, 39005 Santander, Cantabria (España) - Email: paula.renes@unican.es

Antonia Ramírez García

Profesora Contratada Doctora

Universidad de Córdoba. Avda. San Alberto Magno s/n. 14071, Córdoba (España) - Email: edlragaa@uco.es

Palabras clave

Competencia audiovisual, alfabetización mediática, medios de comunicación, educación continua, tercera edad, evaluación

Key Words

Audiovisual competence, media literacy, mass media, lifelong learning, old age, assessment

Abstract

In our society, the consumption of media are producing new ways about the analysis and the interpretation of audiovisual media information. In this research, firstly, we propose the theory of mass media, and secondly, the analysis and results on the degree of knowledge about audiovisual competence. The sample of 65 age old had done the questioner about media competence in the La Rioja. The goals are assess the degree of knowledge about audiovisual competence in this group, identify difference between national and local sample and describe the dimension of media literacy. In this research, we can see six dimensions about mass media: ideology and values, production and programming, reception and audience and technology. Finally, it can read new approaches about educational media practices and futures directions of work.

Resumen

El consumo actual de medios por parte de la sociedad está generando nuevas formas de interpretar y analizar la información que se transmite en los diferentes soportes audiovisuales. En este estudio planteamos en primer lugar, la justificación teórica de la situación actual de la educación en medios y en segundo lugar, el análisis y resultados sobre el grado de conocimiento en competencia audiovisual de la muestra de mayores de 65 años de la Comunidad Autónoma de La Rioja (España) seleccionada para el estudio. Los objetivos fundamentales son evaluar el grado de conocimiento de la competencia audiovisual de este colectivo, identificar diferencias entre la muestra regional y nacional y describir las dimensiones de alfabetización audiovisual. Para ello, se han tenido en cuenta el análisis de los criterios de evaluación de dicha competencia ateniendo a las dimensiones de ideología y valores, producción y programación, recepción y audiencia y tecnología. Finalmente, se exponen conclusiones que abren la puerta a nuevos planteamientos sobre prácticas de educación en medios y vías de trabajo futuras.

Introducción

La necesidad de buscar, analizar e investigar todos los contenidos que enmarcan la sociedad digital en la que vivimos está justificada desde las diversas instituciones políticas, económicas y educativas (LOE, 2006, Bazalguete, 2007, OECD-Agenda de París para la Educación en Medios, 2007, Parlamento Europeo, 2008, CCE-Recomendación de la Comisión Europea, 2009). Asimismo, la población está exigiendo nuevas vías de reflexión del conocimiento y del uso que se están otorgando a las tecnologías de la información y de la comunicación, al entramado de los medios audiovisuales y al significado de los mensajes que nos rodean.

El lenguaje de la imagen, del sonido y de la interactividad inmersos en las tecnologías y los medios audiovisuales, está cambiando la manera en la que nos comunicamos y nos relacionamos. Sin embargo, desconocemos si las personas sabemos discriminar informaciones reales o transformadas para la obtención de beneficios mercantiles, económicos o lúdicos.

El consumo de los medios audiovisuales es patente, pero no tanto los esfuerzos por formar a las personas ante y para los medios. La cuestión puede ser, ¿somos conscientes de la información audiovisual que consumimos?

El nuevo concepto de competencia audiovisual todavía está por descubrir-

se. Diversos proyectos actuales (Mayer, 2002, Debbie y Boyle, 2012, Aguaded, Ferrés y Matilla, 2011, Tirado, Perez y Aguaded, 2011) abalan esa necesidad de trabajar desde la práctica pedagógica con contenidos audiovisuales que generen en la persona una actitud crítica y activa ante la creación, visualización y análisis de producciones audiovisuales. Para lograr ese objetivo se hace necesario investigar cuáles son los criterios de evaluación que nos permitan identificar las dimensiones de trabajo psicopedagógicas que posteriormente se podrán desarrollar con el colectivo en formación. Es decir, diseñando instrumentos de diagnóstico que identifiquen indicadores de competencias audiovisuales. Ello, a su vez, requiere del planteamiento y diseño de alternativas didácticas en educación en medios y en consecuencia, su posterior evaluación a corto y largo plazo.

En este estudio pretendemos profundizar sobre lo descrito, así como sobre el concepto de que vivir en una sociedad digitalizada e interconectada no implica que las personas sean competentes y críticas ante la misma (Aguaded, 1997; Rosique, 2009, Ramírez, 2010; Santibáñez, 2010; Sánchez, 2010; Gómez y Durá, 2011 y Renés, 2011). Por ende, presentamos los objetivos, metodología y resultados de un estudio relacionado con la evaluación del grado de competencia audiovisual de la población de personas mayores de 65 años de la Comunidad Autónoma de La Rioja (Santibáñez, Ramírez y Renés, 2012 y Ferrés y Santibáñez, 2011) en el marco de una investigación nacional que sustenta seis dimensiones de análisis y evaluación de dicha competencia (MEC, 2011).

Objetivos

Los objetivos fundamentales del estudio presentado son:

- Conocer cuál es el grado de competencia audiovisual de las personas a partir de los 65 años de edad dentro del ámbito estatal y autonómico, relacionando resultados de la Comunidad Autónoma de La Rioja con los resultados estatales.
- Identificar qué tipo de diferencias significativas pueden presentarse entre los resultados concretos de la muestra nacional y de la región seleccionada para el estudio, La Rio-

- ja, entre el colectivo de personas de 65 años o edad superior.
- Describir cuáles son las dimensiones de alfabetización audiovisual

en relación con la población de mayores de 65 años seleccionada para el estudio.

1. Competencia mediática y tercera edad

1.1. El contexto de la educación en medios

Iniciar un marco teórico sobre educación en medios es plantearse dos interrogantes, "¿no hay investigaciones porque no se enseña a ser personas competentes audiovisualmente? o ¿no se enseñan porque previamente no se ha evaluado y por tanto se desconoce la magnitud del nivel competencial?" (Renés, 2010, 12). En este marco, justificamos la investigación sobre la detección de las dimensiones e indicadores que ayuden a identificar cuáles son los criterios de evaluación que nos pueden ayudar a detectar carencias, debilidades y fortalezas sobre la educación en medios audiovisuales. Asimismo, se han tomado como referencia los resultados obtenidos por una investigación a nivel nacional impulsada por el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), la Universidad Pompeu Fabra y abalada por el Ministerio de Educación. Esta investigación ha generado la implementación de un siguien-

te proyecto I+D+I¹ coordinado por la Universidad de Huelva, la Universidad Pompeu Fabra y la Universidad de Valladolid.

Actualmente, algunos autores como Kress (2003), Cabero (2007), García (2006), López y Aguaded (2009) López e Infante (2010) analizan y reflexionan sobre la relevancia de la sociedad mediatizada en la que vivimos.

En 2006, se inicia una de las investigaciones pioneras en el campo del diagnóstico de la competencia audiovisual en nuestra sociedad. De la mano del profesor Joan Ferrés y de algunas instituciones tales como el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) y la Universidad Pompeu Fabra, se pone en marcha un estudio que culmina actualmente con el apoyo del Ministerio de Educación y del surgimiento de un proyecto macro: Proyecto Coordinado I+D. La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales. Las universidades que abalan este proyecto son las siguientes: la Universidad de Huelva,

siendo su coordinador José Ignacio Aguaded, la Universidad Pompeu Fabra, siendo su coordinador Joan Ferrés y la Universidad de Valladolid, siendo su coordinador Agustín Matilla.

Las dimensiones de análisis de la competencia audiovisual que se recogen en el proyecto inicial y que sustentan los resultados mostrados en apartados posteriores son los siguientes (Ferrés, 2007):

- Dimensión del lenguaje
- Dimensión de la estética
- Dimensión de los procesos de recepción y audiencia
- Dimensión de la producción y la programación
- Dimensión tecnológica.
- Dimensión de ideología y valores

Los contextos audiovisuales, tecnológicos y telemáticos con la presencia de los móviles *touchsmart*, *ebook*, las nuevas pantallas televisivas, el manejo de Internet, los mensajes audiovisuales o cualquier medio digitalizado están bombardeando nuestra mente y nuestra forma de decidir y de actuar, muchas veces sin percibir esa influencia que generan los medios sobre nosotros. Por dicho motivo, y con el objetivo de identificar y evaluar qué es lo que nos influye y de qué manera, se puede enmarcar este proyecto. Concretamente, el colectivo seleccionado para el

estudio, personas mayores de 65 años, es vulnerable ante los medios, por varias razones principalmente:

- No son personas nativos digitales, sino que son inmigrantes digitales y, por tanto, desconocen el funcionamiento de los medios audiovisuales.
- Se convierten en consumidores pasivos cuando están delante de la televisión o de cualquier pantalla o escuchando la radio o visualizando las vallas publicitarias, desconociendo el significado de las realidades planteadas.

Se abre, por tanto, una brecha digital entre ellos y la realidad en la que vivimos. El aprendizaje permanente es, a veces, una vía de trabajo indispensable para favorecer lazos de entendimiento entre las realidades de las personas mayores y los vertiginosos cambios sociales.

Los cuatro pilares de la educación (Delors, 1996), aprender a vivir juntos, aprender a ser, aprender a convivir y aprender a hacer, son las claves que sustentan ese aprendizaje a lo largo de la vida y que pueden tenerse en cuenta en el momento de planificar y diseñar instrumentos de evaluación así como prácticas pedagógicas con las personas, y más concretamente, con el colectivo de mayores y con el tema de la edu-comunicación.

En la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se hace patente la necesidad de que cualquier medio contribuya a la alfabetización mediática: *Artículo 6. El derecho a una comunicación audiovisual transparente. 4. Los poderes públicos y los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deben contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos.* Por ello, también parece necesario diseñar e implementar prácticas y programas sobre alfabetización en medios, más concretamente entre el colectivo de personas de edad avanzada que conforman la muestra de nuestro estudio.

1.2. Material y método

En la investigación que presentamos, la muestra seleccionada ha sido la población de mujeres y hombres mayores de 65 años de la Comunidad Autónoma de La Rioja, con un total de 90 personas encuestadas, siendo, por tanto, proporcional a la población general del estudio. Asimismo, señalar que la muestra global del estudio nacional ascendió a un total de 1026 cuestionarios cumplimentados por el colectivo de mayores seleccionado para el mismo.

La recogida de información se ha llevado a cabo a través de un cuestionario

cuantitativo que recoge diferentes ítems con preguntas abiertas y cerradas, desglosadas en diversas dimensiones, mostrando los resultados de las dimensiones siguientes (Ferrés, 2006): ideología y valores, recepción y audiencia, producción y programación y tecnología.

Asimismo, los resultados recogidos después de que el colectivo de mujeres y hombres de 65 años y más, respondiese, se muestran en los siguientes apartados.

1.3. Resultados

Algunos de los resultados que podemos resaltar del estudio son los vinculados a las dimensiones de ideología y valores, producción y programación, recepción y audiencia y tecnología.

1.3.1. Dimensión de ideología y valores

Esta dimensión corresponde con la capacidad que tiene la persona de leer de forma comprensiva y crítica la información audiovisual que se le presenta, tomando en consideración los valores e ideología intrínsecos en la misma.

Uno de los ítems vinculados a la dimensión de producción de ideología y valores es el concerniente al grado de conocimiento de las personas de 65 años o de edad superior sobre la lectu-

ra comprensiva y crítica de tres cuestiones con respuestas abiertas, planteadas en el cuestionario:

1. Presentando un anuncio publicitario, se le pregunta al encuestado qué le sugiere dicho anuncio (sobre coches).
2. Después de visualizarlo, la siguiente cuestión corresponde a la argumentación del mismo, sobre la manera en la que el coche consigue convertirse en algo atractivo para el consumidor o persona que lo está percibiendo,
3. Finalmente, se ofrece un espacio acotado para que la persona encuestada pueda expresar de forma escrita la opinión que le suscita el anuncio visualizado.

Una vez analizados los datos obtenidos sobre estas preguntas, el resultado indica que solamente en 2,20% de la población que respondió a las preguntas, sabe expresar de manera crítica, comprensiva y razonable cada una de las cuestiones (gráfico nº 1).

Asimismo, si atendemos a las siguientes cuestiones específicas de la dimensión de ideología y valores, nos encontramos con unos porcentajes bastantes preocupantes.

En el ítem correspondiente al grado de conocimiento sobre la credibilidad de la información que se nos muestra en

los medios de comunicación. Concretamente, la pregunta planteaba si la persona encuestada está de acuerdo en la posible relación entre una información presentada y una imagen que acompañe a dicho contenido, y por tanto, el riesgo de manipulación es menor. El porcentaje de respuesta indica que solamente el 31,10% respondía adecuadamente frente 68,90% que contestaba inadecuadamente. Las personas que respondieron erróneamente no fueron capaces de captar que las imágenes que acompañan a los contenidos de un mensaje publicitario están seleccionadas de forma intencionada y, por tanto, influyen en el mensaje que se transmite.

Finalmente, destacar una última cuestión vinculada a esta dimensión, en la que se le pregunta al encuestado si el motivo por el que compra un producto es por el argumento del anuncio publicitario o por las emociones. En esta cuestión, se intenta averiguar el grado de influencia que ejercen las emociones en nuestras decisiones. Los resultados indican que solamente el 63,30% contestó erróneamente frente al 36,70% que respondió adecuadamente, expresando que las emociones ejercen influencia en nuestra toma de decisiones.

1.3.2. Dimensión de producción y programación

Entender la dimensión de producción y programación es hacer referencia al grado de conocimiento sobre la organización y el funcionamiento de los mensajes audiovisuales. Ello implica conocer las tareas, los perfiles profesionales y el funcionamiento del ámbito audiovisual.

En este contexto se plantean cuatro cuestiones al colectivo de mayores encuestado:

1. Significado del concepto de "Software libre"
2. Relación entre perfiles profesionales de comunicación audiovisual y sus funciones específicas.
3. Relatar una historia con los diferentes pasos a seguir para crearla mediante vídeo y presentarse posteriormente a un concurso.
4. Grado de conocimiento de las características de televisiones públicas, privadas o ambas.

Atendiendo a la primera cuestión sobre el significado del "software libre", señalar que a la persona encuestada se le presentaban varias opciones de respuestas cerradas, siendo solamente una correcta. El resultado fue que solamente el 22,20% respondió adecuadamente

te, frente al 77,80% que no acertó la respuesta.

Continuando con el análisis de las siguientes cuestiones destacar que en lo relativo a la relación de perfiles profesionales y funciones del ámbito de la comunicación audiovisual, se le ofrecía a la persona encuestada un listado de profesiones y tareas para relacionar. Los profesionales de la producción audiovisual que aparecen mostrados en el cuestionario son los siguientes: realizador, cámara, productor, editor, atrezzista, guionista y regidor. De los resultados obtenidos solamente el 20% de las personas mayores encuestadas respondió adecuadamente, frente al 80% que no contestó correctamente.

Avanzando en el análisis de la siguiente cuestión, destacar que la descripción y organización de los pasos a seguir para editar un vídeo y presentarlo a un concurso, solamente el 16,70% de las personas mayores encuestadas fue capaz de plasmar adecuadamente cada uno de los pasos a seguir para diseñarlo, implementarlo y presentarlo a dicho certamen. Por su parte, el 83,30% de las personas encuestadas no fue capaz de organizar adecuadamente todas las fases de creación del vídeo.

En lo referente a la cuarta cuestión de esta dimensión, los encuestados pueden responder de forma afirmativa o

negativa a la pregunta de si las televisiones públicas, privadas o ambas:

- "Deben cumplir una función de servicio público.
- "La financiación proviene de la publicidad".
- "Los directivos están nombrados por los estamentos políticos".
- "La financiación proviene del presupuesto público".

En este sentido destacar que el porcentaje de personas que acertaron a cada respuesta es mayor que en el conjunto de cuestiones vinculadas a esta dimensión, como podemos observar en el gráfico nº2.

1.3.3. Dimensión de recepción y audiencia

La mayoría de las personas podemos considerarnos colectivos de audiencia cuando hacemos uso o consumimos un medio audiovisual. A través de las cuestiones planteadas en esta dimensión, se intenta averiguar el grado de conocimiento de las personas en lo referente a la recepción de la información audiovisual, así como a su percepción sobre sus derechos y sus deberes como audiencia.

La primera cuestión de análisis de esta dimensión corresponde con la presen-

tación de un anuncio publicitario audiovisual sobre un coche y cuya pregunta es la siguiente: "Si les influye, ¿por qué les influye?". Previamente a esta cuestión, en el cuestionario se plantea si una vez visualizado el anuncio considera que les influye y si resulta afirmativo, se les cuestiona por qué. De esta manera, se intentan analizar las argumentaciones que están ligadas a la explicación de *si me influye el anuncio*.

Las opciones de respuestas que se les ofrecen son cerradas:

- "Por los argumentos".
- "Por las emociones".
- "Por los argumentos y las emociones".
- "No sé".

La respuesta correcta está vinculada a la influencia de las emociones y de los argumentos, ya que ambas variables juegan un papel importante en la elección y la toma de decisiones de las personas. De esta afirmación obtenemos que el 28,90% de las personas riojanas de 65 años y edad superior a ésta contestaron adecuadamente, frente al 71,10% que respondió erróneamente.

La tercera cuestión vinculada a esta dimensión es la relativa al grado de conocimiento sobre el concepto de "audímetro". A través de dos opciones

de respuesta, se les presenta a las personas encuestadas la siguiente pregunta: "¿Qué tipo de aparato es un audímetro?". Las respuestas son las siguientes:

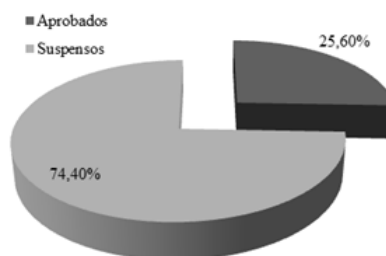
- "No sé"
- "Un aparato que..."

Las personas que conocen su significado disponen de un espacio para expresar de forma escrita su significado. De los resultados obtenidos el 17,8% de las personas mayores respondió adecuadamente a la pregunta frente al 82,2% que no supo explicarlo correctamente.

En la última cuestión vinculada a esta dimensión, la persona encuestada puede responder a través de tres opciones de respuestas cerradas a la siguiente afirmación: "Hay instituciones a las que me puedo quejar si me parece que un programa de televisión es inconveniente". Las opciones de *respuesta son de acuerdo, en desacuerdo o no sé*.

Los resultados obtenidos (gráfico nº1) muestran que el porcentaje de personas mayores riojanas no está segura de conocer alguna institución en la que quejarse cuando considera que un programa de televisión no es adecuado.

Gráfico nº 1: Dimensión recepción y audiencia (La Rioja). Conocimiento sobre instituciones que regulan la emisión televisiva.



Fuente: Elaboración propia

1.3.4. Dimensión de tecnología

En esta dimensión podemos destacar seis preguntas a las que el colectivo encuestado ha respondido, estas son las siguientes:

1. Relación entre conceptos y significados relacionados con las tecnologías.
2. Mostrada una imagen, identificar si ha habido algún tratamiento sobre la misma.
3. Si se responde afirmativamente a la cuestión anterior, posteriormente se le sugiere al encuestado que responda de qué manera se ha tratado la imagen.

4. Indicar en una imagen el botón/es para poner en marcha un vídeo.
5. Grado de conocimiento sobre la conexión a Internet de un ordenador y la posibilidad de llamar a un teléfono fijo desde él.
6. Utilidad de imágenes o sonidos de Internet para elaborar un producto propio.

El objetivo de esta dimensión es averiguar si las personas conocen y/o utilizan diversas herramientas tecnológicas vinculadas fundamentalmente con los medios audiovisuales.

Analizando las respuestas de cada uno de las cuestiones planteadas, podemos empezar por la primera de ellas. A continuación mostramos el conjunto de palabras que se expone en el cuestionario y que cada persona encuestada debe relacionar con las definiciones que también aparecen en un cuadro paralelo.

- Objetivo
- Memoria digital
- YouTube
- DVD
- SMS
- IPOD
- REC

En este sentido podemos afirmar que el 21,10% de las personas riojanas de

65 años y edad superior, respondieron correctamente a cuatro o más conceptos de los mostrados, frente al 78,90% que no respondió adecuadamente.

La segunda y tercera cuestiones están relacionadas con la capacidad de la persona para identificar si una imagen ha sido tratada previamente a su publicación. En este sentido, en el cuestionario se dispusieron dos imágenes, una tratada y otra original, ante las cuáles las personas encuestadas debían contestar si la segunda podía obtenerse a través del tratamiento de la primera. El 71,10% de los encuestados señaló correctamente que la segunda imagen podía ser resultado de un tratamiento de la primera, frente al 28,90% que no respondió adecuadamente. Ante la posibilidad de que las personas que contestaron adecuadamente a dicha cuestión, se les planteó un segundo interrogante: *Si la respuesta a la pregunta anterior ha sido afirmativa, ¿qué tipo de procedimiento se ha utilizado para obtener ese efecto?* En este caso el porcentaje de respuestas correctas desciende, ya que solo un 21,10% conoce que se ha podido utilizar cualquier tratamiento informático, frente al 78,90% que lo desconoce.

Continuando con la línea de análisis de esta dimensión nos encontramos con una cuarta pregunta relacionada con la capacidad de una persona de identifi-

car en una imagen de un vídeo desde su perspectiva frontal cuál/es son los botones que puede pulsar para poner en marcha un vídeo y visualizarlo. En este sentido, el porcentaje de personas que respondieron positivamente fueron un total de 48,90% frente al 51,10% que no supo identificar los dos botones de *power* (encender el dispositivo) y *play* (poner en marcha la película o DVD). En este caso hemos podido observar una mejora en los resultados vinculados al grado de conocimiento de la competencia tecnológica entre el colectivo de mayores de 65 años y edad superior de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Finalmente las dos últimas preguntas vinculadas a esta dimensión son oraciones afirmativas a las cuáles la persona encuestada puede responder una de las tres opciones posibles: *de acuerdo, en desacuerdo o no sé*.

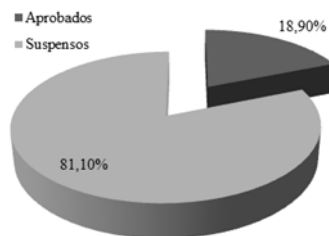
La primera oración es la siguiente: *Desde un ordenador conectado a Internet se puede llamar a un teléfono*. Las respuestas vinculadas a esta cuestión indican que el 36,70% de los encuestados respondió de forma afirmativa y, por tanto, correctamente, frente a un 63,30% que respondió de forma errónea.

La segunda oración relacionada con esta dimensión es la siguiente: *Si hago un producto audiovisual y lo cuelgo en*

Internet, puedo utilizar legalmente cualquier imagen o música sólo si no obtengo un beneficio económico.

Los resultados podemos observarlos en el gráfico nº2, en el que se indica que un porcentaje elevado desconoce que aunque no obtengamos un beneficio económico, cualquier imagen o música utilizada de Internet para la elaboración de producciones audiovisuales propias deben citarse su autor o fuente original.

Gráfico nº 2: Dimensión tecnología (La Rioja). Derechos y deberes de las producciones audiovisuales

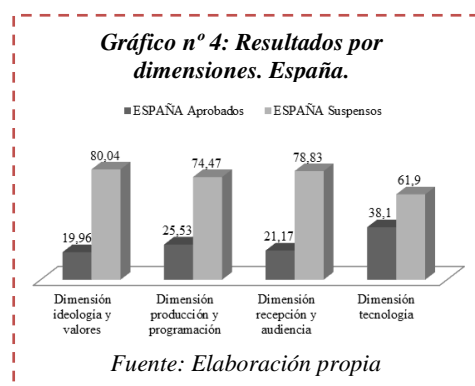
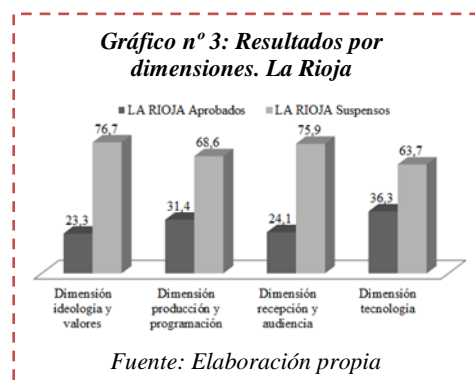


Fuente: Elaboración propia

1.3.5. Comparación de las dimensiones entre La Rioja y España

El análisis que hemos realizado de los resultados obtenidos por parte del colectivo de mayores de 65 años y más de La Rioja en función de las cuatro dimensiones podemos relacionarlo con

los resultados estatales (MEC, 2011) de este colectivo.



En lo referente a la primera dimensión: *ideología y valores*, los resultados de las personas de 65 años en adelante de la Comunidad Autónoma de La Rioja es de 23,3 % (gráfico nº3) que responde positivamente, muy similar al 19,96% de las respuestas afirmativas de este colectivo, pero a nivel nacional (gráfico nº4). Podemos observar que el porcentaje de desconocimiento de la

población a nivel regional y estatal es muy alto.

Atendiendo a la segunda dimensión sobre *producción y programación* destacar que el porcentaje estatal y autonómico también es similar, con un porcentaje de personas que han respondido adecuadamente a las cuestiones de esta dimensión de un 31,4% solamente en La Rioja (gráfico nº 3) y un 25,53% en España (gráfico nº 4).

Tomando como referencia la tercera dimensión analizada, destacamos que el porcentaje de desconocimiento sobre las cuestiones relacionadas con la recepción y la audiencia es elevado, con un 75,9% entre el colectivo de mayores de 65 años y edad superior de La Rioja (gráfico nº 3) y el 78,83% del nivel nacional (gráfico nº 4).

Finalmente, parece que el porcentaje de personas que aprueba las cuestiones vinculadas a la dimensión *tecnológica*, tanto a nivel estatal como regional, aumenta pero en muy poca proporción, con un 36,3% en La Rioja (gráfico nº 3) y un 38,1% en España (gráfico nº 4).

Por ende, resumiendo los resultados podemos percibir que el porcentaje en las cuatro dimensiones de aprobados es muy bajo, tanto a nivel de la población de personas mayores de 65 años de La Rioja, como a nivel nacional, siendo la dimensión tecnológica la que

mejores resultados presenta, pero sin ser demasiado alentadores.

Conclusiones

En los apartados anteriores hemos podido observar una justificación teórica del marco actual de la educación en medios, así como datos científicos de la evaluación realizada a personas de 65 años y edad superior de la Comunidad Autónoma de La Rioja sobre competencia audiovisual. Algunas de las observaciones, reflexiones y propuestas de intervención que deseamos plantear en este apartado final, son las siguientes:

- El análisis realizado muestra que las personas con edad avanzada han obtenido resultados elevados de desconocimiento en el grado de competencia mediática.
- De las cuatro dimensiones estudiadas: ideología y valores, recepción y audiencia, producción y programación, y tecnología, esta última es la dimensión en la que mejor puntuación han obtenido este colectivo de personas de 65 años y edad superior, pero sigue siendo muy baja.
- No existen diferencias significativas entre los resultados obtenidos entre la muestra seleccionada para la representatividad de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y el colectivo seleccionado para la mues-

tra de España. Siendo en ambos casos, altos resultados en desconocimiento del grado de competencia audiovisual en las cuatro dimensiones.

- El porcentaje más bajo sobre el conocimiento de los medios audiovisuales se hace patente en la dimensión de ideología y valores, seguida de recepción y audiencia, producción y programación y tecnología, tanto a nivel regional como nacional.
- Por ende, se hace patente la necesidad de promover pautas pedagógicas que fomenten el grado de competencia audiovisual entre el colectivo seleccionado para el estudio en la comunidad autónoma de La Rioja.
- Teniendo en consideración los resultados obtenidos entre el colectivo de mayores de 65 años, parece necesario plantear un programa de formación en medios que facilite a estas personas una mayor comprensión de los medios audiovisuales y, en consecuencia, de una mayor integración en la sociedad del conocimiento en la que vivimos.

- Puede resultar necesario plantear un consejo audiovisual para La Rioja, que regule y facilite información sobre el consumo de medios a la población.

Referencias

- Aguaded, J. I., Ferrés, J. y Matilla, A. (2011). *Proyecto Coordinado I+D. La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital. Diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales*. Estudio financiado en la Convocatoria I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación con clave: EDU2010-21395-C03-03.
- Aguaded, J. I. (2000). La educación sobre televisión. Propuesta para la utilización didáctica del medio televisivo en la escuela. En Pérez, J. M. (Coord). *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*, (221-230). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Ballesta, J. y Guardiola, P. (2001). *Escuela, Familia y Medios de Comunicación*. Madrid: Editorial CCS.
- Bazalguette, C. (2007). Carta Europea de Educación en Medios (Bruselas). *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 28, 137-142. Consultado el 11/03/2012 en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/158/15802819.pdf>
- Cabero, J. (2007). Las nuevas tecnologías en la Sociedad de la Información. En Cabero, A., Martínez, F. y Salinas, J. (2000). *Medios Audiovisuales y Nuevas Tecnologías para la formación en el s. XXI* (1-19). Murcia: DM, Diego Marín.
- CCE (2009). Recomendación de la comisión sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. Bruselas. Consultado el 11/03/2012 en http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/recom/c_2009_6464_es.pdf
- Debbie, H., Boyle, T. (2012). Empowering teachers to author multimedia learning resources that support students' critical thinking. *European Journal of Open and Distance Learning* available electronically from <http://www.eurodl.org/?article=481>
- Delors, J. y otros. (1996): *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana/UNESCO
- Ferrés, J. (2006). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, 25, 9-17.
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29; 100-107.
- Ferrés, J. y Santibáñez, J. (2011). *Competencia mediática: investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en la Comunidad Autónoma de La Rioja*. La Rioja: Informes e Investigaciones Comunicar.
- García, F. (2006). De la convergencia tecnológica a la convergencia comunicativa en la educación y el progreso. *ICONO14*, 7, 1-19.
- Gómez, M. T. y Durá, M. C. (2011). Experiencia universitaria interdisciplinar apoyada por las TIC. *Revista Iberoamericana de Educación*, 55/3, 1-11. Consultado el 11/03/2012 en <http://www.rieoei.org/expe/4173Gomez.pdf>
- Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age – Literacies*, 24. Routledge: New York.
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

LOE (2006). *Ley Orgánica 2/2006 de Educación, de 3 de mayo* (Boletín Oficial del Estado número 106, de 4 de mayo de 2006).

López, E. y Aguaded, J. I. (2009). La blogosfera educativa: nuevos espacios universitarios de innovación y formación del profesorado en el contexto europeo. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 12, 3, 165-172.

López, E. e Infante, A. (2010). Prácticas educativas universitarias en entornos digitales 2.0. *Revista DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, 18. Consultado el 11/03/2012 en <http://dim.pangea.org/revistaDIM18/revista18practicassuni.htm>

Mayer, R. E. (2002). *Multimedia learning*. *Academic Press* 41, 85-139. Consultado el 11/03/2012 en <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0079742102800056>

MEC. (2011). *Competencia Mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. ITE. Madrid.

OECD. (2007). Agenda de París de la UNESCO: doce recomendaciones para la educación relativa a los medios de comunicación. Consultado el 11/03/2012 en http://www.oecd.org/document/18/0,3343,en_2649_3236398_35401554_1_1_1_1,00.html

Parlamento Europeo (2008). *Propuesta de resolución del Parlamento Europeo sobre la alfabetización de los medios en un mundo digital*. Consultado el 11/03/2012 en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A6-2008-0461&language=ES>

Renés, P. (2010). Investigación sobre

competencia audiovisual. ¿Somos personas alfabetizadas y competentes en medios? *Pedruca*, 6, 12, 12-15.

Renés, P. (2011). *La percepción del alumnado de magisterio ante la empleabilidad de recursos educativos interactivos en las aulas*. En el XII Congreso Internacional de Teoría de la Educación, del 20 al 22 de octubre. Universidad de Barcelona.

Ramírez, A. (2010). Los medios de comunicación y la operativización de las competencias básicas en Educación Primaria. *ED.UCO*, 4, 111-128.

Rosique, G. (2009). El papel del telespectador en los medios audiovisuales. *Revista Icono14*, 15, 147-163.

Sánchez, J. (2010). Alfabetización digital: proyectos y recursos web para la protección de la infancia en la red. En Blanco, I. y Römer, M. *Los niños frente a las pantallas* (375-386). Madrid: Universitas.

Santibáñez, J. Ramírez, A. y Renés, P. (2012). *Competencia mediática de riojanos mayores de 65 años en el contexto español*. En el III Congreso Europeo de Tecnologías de la Información en la Educación y en la Sociedad: Una visión crítica, del 1 al 3 de febrero de 2012. Universidad de Barcelona.

Santibáñez, J. (2010). Virtual and Real Classroom in learning Audiovisual Communication and Education. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 35, 183-191.

Tirado, R., Pérez, A. y Aguaded, J. I. (2011). Blended e-learning en universidades andaluzas. *Aula Abierta*, 39, 2, 47-58.

Cita de este artículo

Santibáñez Velilla, J.; Renés Arellano, P. y Ramírez García, A. (2012) Ciudadanía y competencia audiovisual en La Rioja: Panorama actual en la tercera edad. *Icono14* 10(3), 6-28, doi: 10.7195/ri14.v10i3.195

NOTAS

¹ Estudio financiado en la Convocatoria I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación con clave: EDU2010-21395-C03-03